

Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,

es ist wichtig den laufenden Arbeitsprozess fortlaufend zu überprüfen und Optimierungen zu suchen. Das gilt insbesondere für unsere vertrieblichen Aktivitäten und betrifft uns alle. Letztendlich ist der Umgang mit unseren Kunden die Quelle unseres Erfolges und unsere Kernaufgabe. Häufig sind es insbesondere einfache Maßnahmen, die vernachlässigt werden und somit verbleibt umfangreiches Potential ungenutzt. Um diesem Gedanken einen besonderen Ausdruck zu verleihen, haben wir uns entschieden neben den fortlaufenden Dialogen in dieser Form zu kommunizieren.

Aufgrund der aus unserer Sicht zu geringen Kundenaktivitäten Einzelner, haben wir nach Lösungen gesucht, die wir Ihnen auf diesem Wege auszugsweise als Leitfaden übermitteln möchten. Hierbei haben wir uns von den Erfolgsursachen einiger herausragender Leistungsträger leiten lassen. Wir möchten Sie anregen, diesem Gedanken zu folgen und Ihren erfolgreichen Weg unterstützen.

Die Anzahl unserer Kundenverbindungen sowie Kontakte, die Vielschichtigkeit der bestehenden Kundenmotive und der Umfang beziehungsweise die Qualität der uns zur Verfügung stehenden Lösungsmöglichkeiten ist dem Grunde nach ein Segen. Sie verlangen aber nach strategischen Maßnahmen, um die eigenen Aktivitäten zu planen und die Effektivität zu steigern. Wir glauben, dass hierin ein großes Maß an Optimierungspotential für uns besteht.

*„Der Mensch ist ein zielstrebiges Wesen, aber meistens strebt es zu viel und zielt zu wenig.“
(Günter Radtke (*1925), dt. Journalist u. Schriftsteller)*

Wie gelingt es demzufolge Einigen in einer besonderen Art und Weise trotz der bestehenden äußeren Einflüsse deutlich bessere Ergebnisse in unserem Beratungsgeschäft zu erreichen als Anderen? Warum gelingt es bisher nicht Allen, unsere umfangreichen Wettbewerbsvorteile ergebnisorientierter auszuspielen?

Es ist auffällig, dass der Erfolg wesentlich durch die Einstellung und durch die versendeten verbalen und nonverbalen Botschaften geprägt wird. Nicht die äußeren Einflüsse leiten uns, sondern wir entscheiden, hiermit richtig umzugehen.

- Leistungsträger suchen nicht Probleme sondern Lösungen und Chancen.
- Leistungsträger haben eine klare Vorstellung von dem, was sie erreichen wollen.
- Leistungsträger überprüfen die Wirkung ihrer Strategie im Umgang mit den Kunden und suchen nach Verbesserungen.
- Leistungsträger sind Optimisten und verfügen über ein großes Maß an Lernbereitschaft.
- Leistungsträger planen ihre Aktivitäten, trainieren ihre Fähigkeiten und versprühen ein großes Maß an Antriebskraft.

Der Anlage entnehmen Sie bitte eine vorbereitete Excelliste als Arbeitsgrundlage für die zukünftige Planung von zielgerichteten Aktivitäten im Bestandsgeschäft (Bestandsmotoren) und für die gezielte Dokumentation der allgemeinen Anbahnungsaktivitäten.

Die betreffenden Kunden ergeben sich aus dem allgemeinen Anbahnungsgeschäft, durchzuführenden gezielten Akquisitionsmaßnahmen und einer strukturierten Selektion der Bestandskundenkontakte. Selbstverständlich wird die Selektion der Bestandskunden portioniert und mit der A Kundengruppe begonnen. In die konkrete Anbahnungsliste sollte schon aus psychologischen Gründen nur die Anzahl der Kontakte und Kunden aufgenommen werden, die in einem bestimmten Zeitraum (zum Beispiel Monatsvorschau) Konkret bearbeitet werden soll oder sich bereits in Bearbeitung befindet.

Die Liste ermöglicht daneben eine weitere Priorisierung der Anbahnungen zum Beispiel von 1 bis 3 oder eine Unterscheidung nach aktiv (ich bin für den nächsten Schritt verantwortlich) oder passiv (der Kunde oder beispielsweise eine Versicherungsgesellschaft ist für weitere abschlussrelevante Maßnahmen oder für die Angebotserstellung verantwortlich).

Die hinterlegten Kundenmotive sind als Muster aktuell anzuwendender Bestandsthemen zu verstehen und können beliebig ergänzt und modifiziert werden. Selbstverständlich können auch mehrere Motive gleichzeitig auf einen Kunden oder auf eine Anbahnung zutreffen.

Themen / Motive
MA / Kontakt (Empf.)
Empfehlungsnahme
Berufsunfähigkeit / Steuer
Pflegeversicherung / Eltern
Basisrente allgemein
AltEinkG Faktor / Wiederanlage
KV Zusatz
Kapitalanlage allgemein
Immobilie / Baudenkmal
bAV
Sachoptimierung privat / Eurosecure
Riester / Fördercheck
MA / Kontakt
Baufinanzierung / Anschlusskondition
Kinder / Vorsorge allgemein
Dread Disease
Bürokonzept
Gruppenunfallversicherung
Hotellkonzept
Finanzplan / komplett
Vorsorgenavigation / allgemein
Risikoplan / komplett
Kraftfahrt / Umstellung

Das Feld Bemerkungen dient der Angabe weitere Ideen, Informationen oder unterstützender Maßnahmen (zum Beispiel Anbieter, Sparte, besonderes Kundenmotiv, Arbeitgebervereinbarung notwendig, Zielgruppenbesonderheit, Schlagwort für die Kundenansprache, Informationen durch den Empfehlungsgeber, besondere erbrachte Leistungen in der bisherigen Zusammenarbeit,...).

Die letzten drei Spalten dienen der Ergebnisplanung und Kontrolle. Sie sind farblich hinterlegt und verbessern somit die Übersicht. Offene Terminvereinbarungen sind gelb hinterlegt und verändern die Hintergrundfarbe in weiß, sofern ein vereinbarter Termin nach dem Format (zum Beispiel 10.06.2009) eingetragen wird. Sofern das Datum des Termins abgelaufen ist, verändert sich die Farbe bei richtiger Einstellung des PC in hellgrün (die tatsächliche Durchführung des Termins ist natürlich manuell zu überprüfen). Die Potentialanalyse ist unterteilt in EH für geplante Einheiten, in E für geplante Empfehlungen und in MA für geplante Mitarbeiterkontakte. Nach Eingabe eines Ergebnisses verändert sich die hinterlegte Farbe von rot in grün (bitte beachten Sie bei der Eingabe das hinterlegte Format zum Beispiel 100 / 0 / 0 oder 50 / 2 / 0).

Termin	EH / E / MA Potential	EH / E / MA Ergebnis
24.05.2009	0 / 2 / 1	0 / 2 / 2
02.06.2009		
26.05.2009	100 / 2 / 0	90 / 1 / 0
01.07.2009		

Ab sofort erwarten wir, dass Berater, die für sich selbst ein vertrieblich strategisches Optimierungspotential feststellen oder die sich in einer durch Provisionsvorauszahlungen finanziell besonders unterstützten Phase befinden die vollständige und nachhaltige Anwendung dieses Planungs- und Steuerungsinstrumentes durchführen. Selbstverständlich ist ein systematischer Planungsprozess grundsätzlich für Jeden wichtig und natürlich eine Hilfe zur persönlichen Unterstützung in der Praxis.

Gleichzeitig bitten wir Führungskräfte und Leistungsträger in einem offenen Dialog sämtliche Mitarbeiter bei der Anwendung zu unterstützen. Neben der gezielten Planung ist der offene Austausch zu in der Praxis erfolgreichen und bewährten Formulierungen, Ideen und Strategien der letztendlich wichtigste Aspekt. Wir haben das Wissen für richtige Beratungen auf höchstem Niveau. Wir müssen auch das „Wie“ jedem Berater in unserem Unternehmen zugänglich machen.

Wir sind der festen Überzeugung, dass wir noch deutlich mehr aus unseren Möglichkeiten machen werden und durch den richtigen vertrieblichen „Drive“ unsere Potentiale nutzen werden. Wir werden Sie hierbei unterstützen.

Mit freundlichen Grüßen

Jan Weithase

Bernd Rademann

afm Holding AG

Kaiser-Wilhelm-Straße 9 | 20355 Hamburg
Sekretariat: Fanny März | Tel. 040 532886-502 | Fax 040 532886-501

weithase@afm-gruppe.de | www.afm-gruppe.de

HRB 78 084 | Amtsgericht Hamburg

Aufsichtsratsvorsitzender: Dipl.-Finanzwirt Uwe Eichhöfer

Vorstand: Bernd Rademann (Sprecher) | Axel Scherhorn | Jan Weithase